



Communication et organisation

32 | 2007

La ville dans tous les sens

Béatrice Galinon-Mélénez, Penser autrement la communication

Paris : L'Harmattan, coll. Communication sociale, 2007, 242 pages

Isabelle Cousserand



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/405>

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2007

Pagination : 239-240

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Isabelle Cousserand, « Béatrice Galinon-Mélénez, Penser autrement la communication », *Communication et organisation* [En ligne], 32 | 2007, document 17, mis en ligne le 01 décembre 2007, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/405>

Béatrice Galinon-Mélénec, Penser autrement la communication

Paris : L'Harmattan, coll. Communication sociale, 2007, 242 pages.

Le sens commun ne retient souvent de la communication que le plus visible, le plus spectaculaire, le plus répandu : les technologies, la publicité, la communication politique... ou encore la promotion, la séduction, le marketing. Dans cet ouvrage, Béatrice Galinon-Mélénec prend le contre-pied de l'air du temps. Elle s'intéresse aux interactions humaines et se situe d'emblée dans une approche culturelle de la communication, que sous-tend un regard distancié sur les relations complexes que l'homme entretient avec son environnement. Comme l'exprime très clairement l'auteur, il s'agit « *d'offrir au lecteur une initiation au sens scientifique du terme "communication" et une présentation de la subtilité des paramètres en jeu dans la communication de face à face et des conséquences de la "prise de distance" (technologique mais aussi psychologique et cognitive) sur la relation humaine* »²¹⁰. Cette approche a le mérite d'agréger aux aspects théoriques de la discipline des SIC, une dimension appliquée à la communication personnelle, professionnelle et organisationnelle.

L'ouvrage est principalement composé de deux parties, l'une consacrée aux fondamentaux, l'autre aux applications.

La première partie est organisée en trois chapitres. Le premier introduit la place du non-verbal et du verbal (le corps, le comportement, le langage). Le deuxième traite de la construction identitaire et de l'altérité, notamment à travers le recrutement, le changement, l'accompagnement (le coaching). Le troisième revient sur le rôle du verbal, donc de l'argumentation et de la justification²¹¹, qui permet le rapprochement des « *références initiales* » ou « *accord de représentations* ». « *Chaque acteur doit apprendre à tenir compte de cette réalité et à admettre que l'interprétation de ce qu'il fait dépend de l'interaction existant entre les co-présents. Il doit donc apprendre à se justifier, à faire comprendre ses actes, ce qui appelle à une forme de "dévoilement" sur le fonctionnement du ou des mondes concernés par la situation.* »²¹²

²¹⁰ p. 11.

²¹¹ « *Quand l'accord [entre personnes] ne se produit pas spontanément, nous utilisons un type particulier de communication classée sous le registre de la justification.* », p. 79.

²¹² p. 87.

Bibliographie

La deuxième partie s'articule autour de deux chapitres. Le premier précise les contours de l'économie de marché et le contexte de l'insertion professionnelle. C'est l'occasion d'aborder la procédure d'embauche et la situation de recrutement. Il rappelle aussi les fondamentaux de la sociologie (représentations sociales, *habitus*) ainsi que la notion de projet. Pour illustrer ces différentes dimensions, l'auteur prend l'exemple du recrutement au sein de l'université. Le dernier chapitre de l'ouvrage est consacré à la communication d'entreprise. Il en présente tous les éléments-clés. On en retiendra plus particulièrement les différentes formes d'interactions, le rôle du chargé de communication, la place de la communication au cœur des organisations.

Dans sa conclusion générale, Béatrice Galinon-Mélénec s'intéresse à ce qui se profile lorsque les personnes ne sont plus en co-présence, mais dans une situation de médiation liée aux technologies de l'Information et de la Communication ou à l'art. Ces derniers aspects viennent clôturer une réflexion nourrie sur la condition humaine, le rapport de l'homme à son environnement, à la nature et à la culture.

Une ultime partie intitulée « Repères », en guise de postface, souligne « (...) *paragraphe après paragraphe, quelques points clés à retenir ou à approfondir grâce à la bibliographie* »²¹³. Il ne s'agit pas ici de satisfaire le lecteur pressé, mais de permettre à un lecteur attentif de revenir sur des points essentiels.

L'ensemble est très découpé et écrit avec un soin didactique. Le lecteur novice peut cheminer avec facilité. Des introductions et des conclusions partielles viennent ménager sa mémoire ; des encadrés fréquents signalent les points importants ; des tableaux, schémas et exemples appuient le propos. La bibliographie, très complète, offre deux niveaux d'entrée. Elle est à la fois ordonnancée par thème et par ordre d'apparition dans le texte.

Cet ouvrage situe la communication au-delà des effets de mode. Il propose une analyse des interactions communicationnelles, à travers différentes situations et différents contextes. Il ne cède en rien à la facilité, tout en prenant le lecteur par la main pour mieux l'amener à réfléchir aux relations qui construisent le quotidien.

Isabelle Cousserand

²¹³ p. 175.